

若者に向けた 日立市ガストロノミー プロジェクト 成果発表会



茨城キリスト教大学経営学部
菅野ゼミ



1. 提案内容と調査実施事項
2. 提案の根拠
3. 提案するコンテンツ
4. プロモーション
5. 本プロジェクトの目標値
6. まとめと今後の課題
7. 参考文献

提案内容

- 日立市の観光客増加に向けて、
ターゲット層を若者に絞り、
日立駅、御岩神社、奥日立きららの里周辺を巻き込み、
謎解きとガストロノミーを掛け合わせたツーリズム
の開発をする
- あわせて効果的な広報活動を提案する



調査実施事項

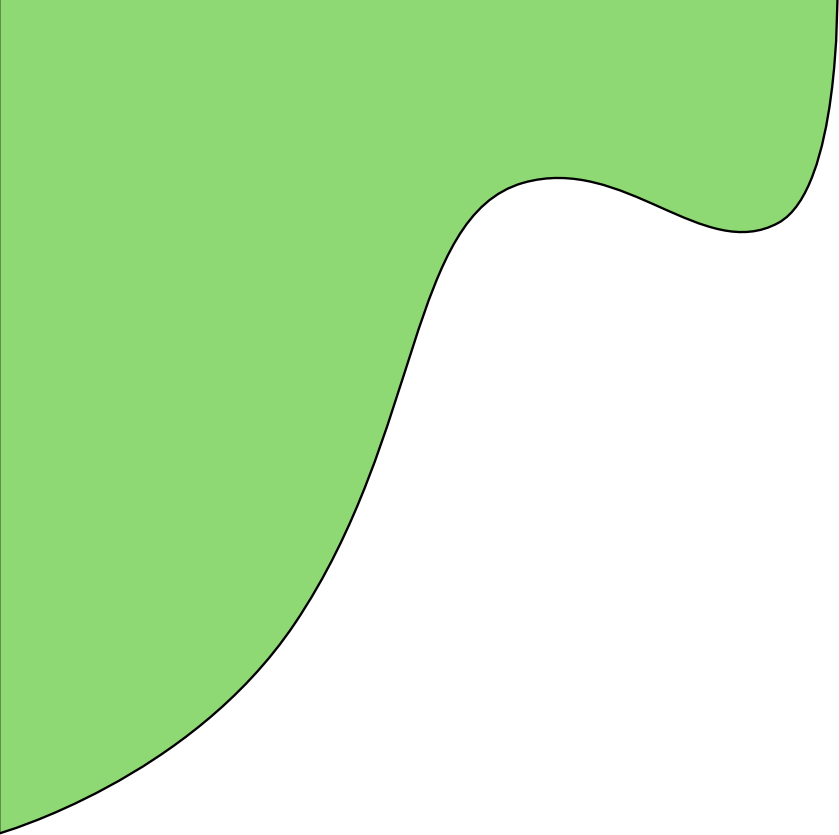
●デスクリサーチ

- ・ 日立市の観光産業の現状と課題についての資料調査
- ・ 日立市のガストロノミーツーリズム実施事例の調査
- ・ ガストロノミーツーリズムの先進事例の研究
- ・ 御岩山・御岩神社の歴史の研究
- ・ SNSの活用方法についての調査・先進事例研究

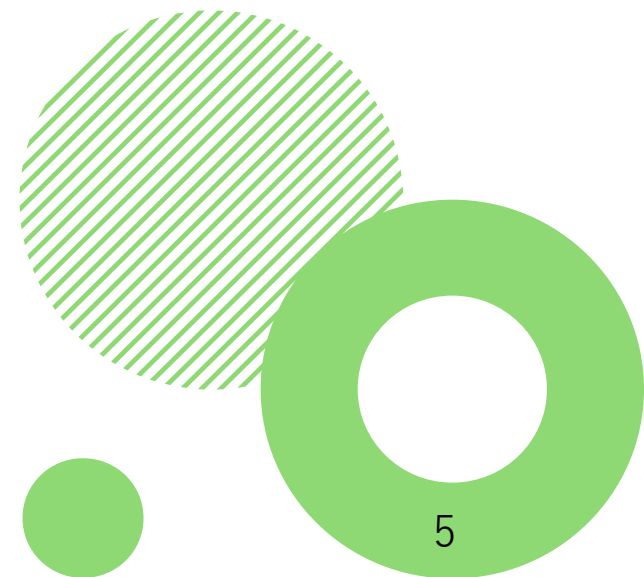
●一次調査

- ・ 御岩神社・奥日立きららの里のフィールドワーク
- ・ 謎解きのフィールドワーク（石岡、池袋）
- ・ 日立市役所産業経済部観光物産課へのインタビュー
- ・ 大学生を対象にしたアンケート調査
- ・ 専門家インタビュー（マーケティング、IT系）





提案の根拠

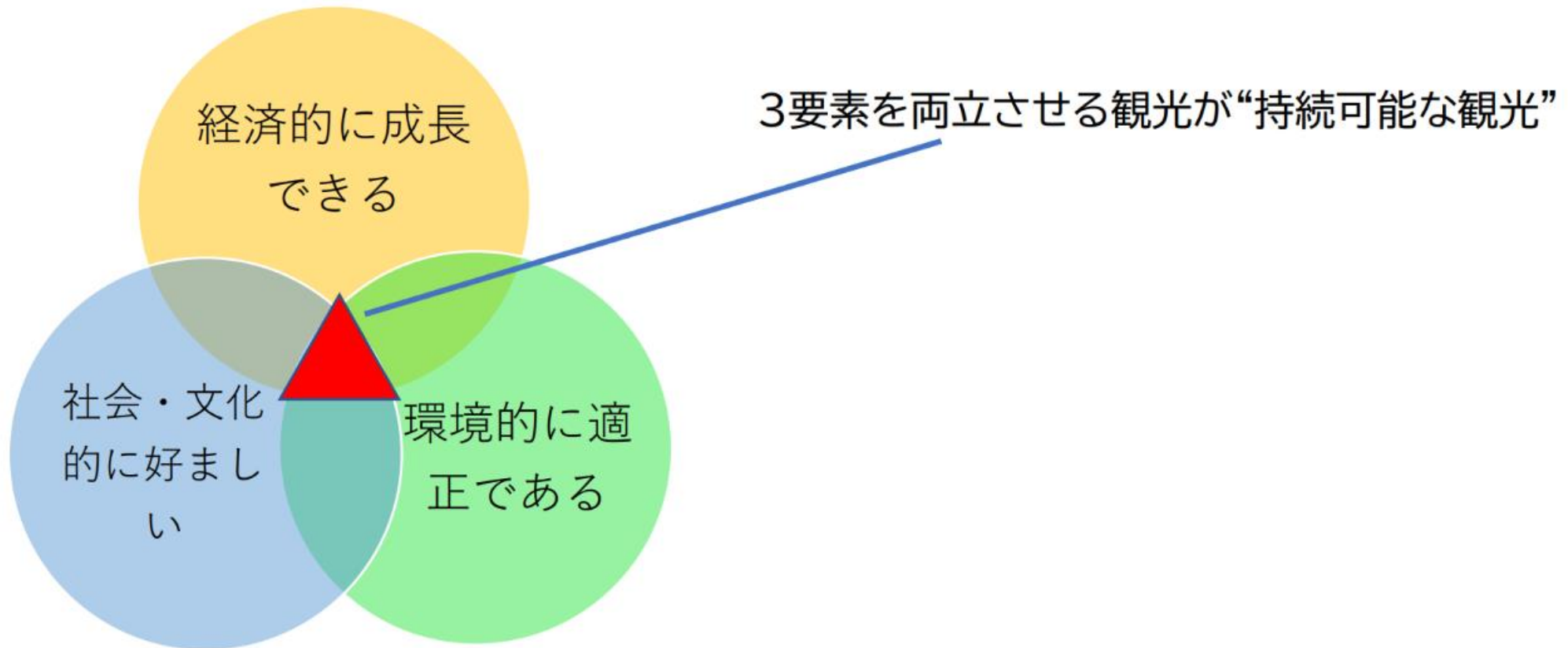


なぜガストロノミーなのか

- ガストロノミーツーリズムとは、**その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、食文化に触れることを目的としたツーリズムのこと**
- 地域素材を提供する第一次産業や加工等を担う第二次産業と、**地域経済への波及効果の最大化**に貢献することが期待できる

なぜガストロノミーなのか

- 国連世界観光機関 (UNWTO) によると **持続可能な観光** と位置付けられている



なぜガストロノミーなのか

- 日立市におけるガストロノミーツーリズム施策の位置づけ
観光資源の磨き上げによる稼げる観光地域づくり

(3) 特産品や名物の開発・発掘・磨き上げ、販売促進

13 ガストロノミーツーリズムの推進

■目的

豊かな自然の恵みを活かした農水産物や地域に根差した食文化等について、市内グルメマップを活用した情報発信や、食をテーマとした商品の造成支援等により、観光誘客の促進を図る。

■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、日立商工会議所、民間事業者等

■主な取組

ア 食をテーマとした
ツアー等の造成支援



イ 市内グルメマップの制作検討



※ガストロノミーツーリズム

その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、食文化に触れることを目的とした余暇活動

■現状値及び目標値

食をテーマとしたツアー等の
造成支援件数

現状値（R4）	1件/年
目標値（R10）	3件/年

←年間1件という目標値

なぜガストロノミーなのか

- しかし、ウェブでは**2021年の事例のみ**しか見当たらなかった
- 「茨城県北ガストロノミーフェア」
 - ・ 茨城県北地域の飲食店及び宿泊施設が、地元の食材を活用したメニューを**期間限定で提供**（2021年2月23日～3月14日）



なぜガストロノミーなのか（まとめ）

- 日立市のガストロノミーツーリズムはまだ**未開拓の状態**であると考えた
- 観光資源の多寡に関わらず始めることができると考えた
- SNS世代の若者には、**視覚的に魅力的な料理やユニークな食の体験**はアピールできると考えた

なぜ若者をターゲットにするのか



- 地元を離れがちな若者に**日立市の魅力をアピール**したい
- 若者は**SNSを使った拡散力**を持っているため、観光の起爆剤になる可能性がある
- **同じ若者世代として**、若者に訴求する提案ができる
と考えた

若者に訴求するための仕掛け



謎解き

若者間でのリアル謎解きブーム
を取り入れ、
体験型イベント
にする

パワースポット (御岩神社)

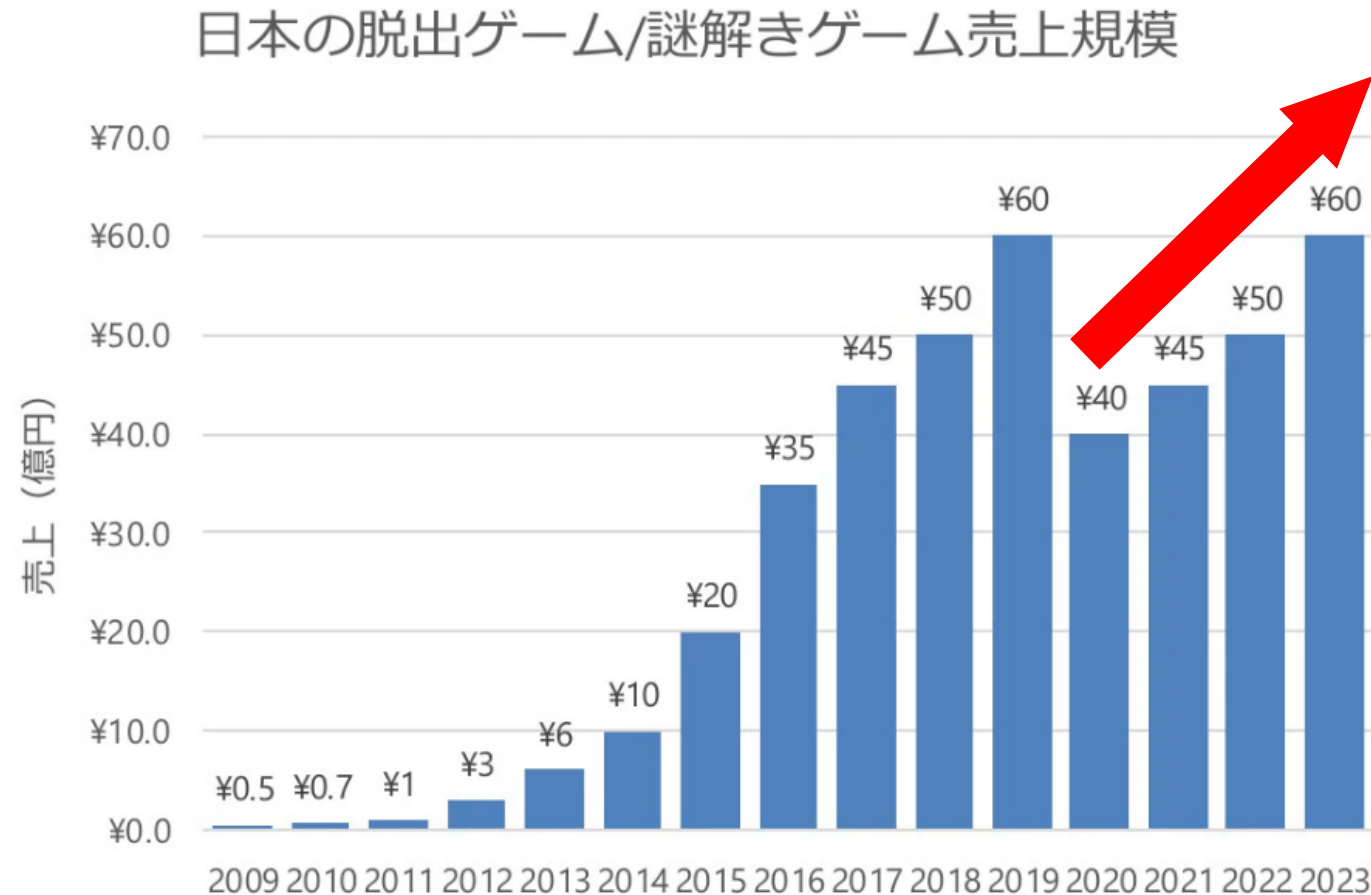
御岩神社の神秘
性を謎解きの
舞台に

バーベキュー (きららの里)

映える食体験で
日立市の「食」
に触れる

リアル謎解きブームについて

- コロナ禍を乗り越えて体験型エンターテインメントが活性化



パワースポットを取り入れる理由

- 御岩神社は「宇宙に通じる神社」とされている
 - ・ 米国ケネディ宇宙センターのエドガー・ミッチェル氏
「宇宙から地球を眺めたとき、1カ所だけすごく光っていた」
 - ・ 緯度や経度を調べると御岩神社だった
 - ・ 日本人宇宙飛行士の向井千秋氏
「日本に光の柱が立っていて、その場所を調べたら日立の山の中だった」



出所：十王町観光協会「御岩神社」

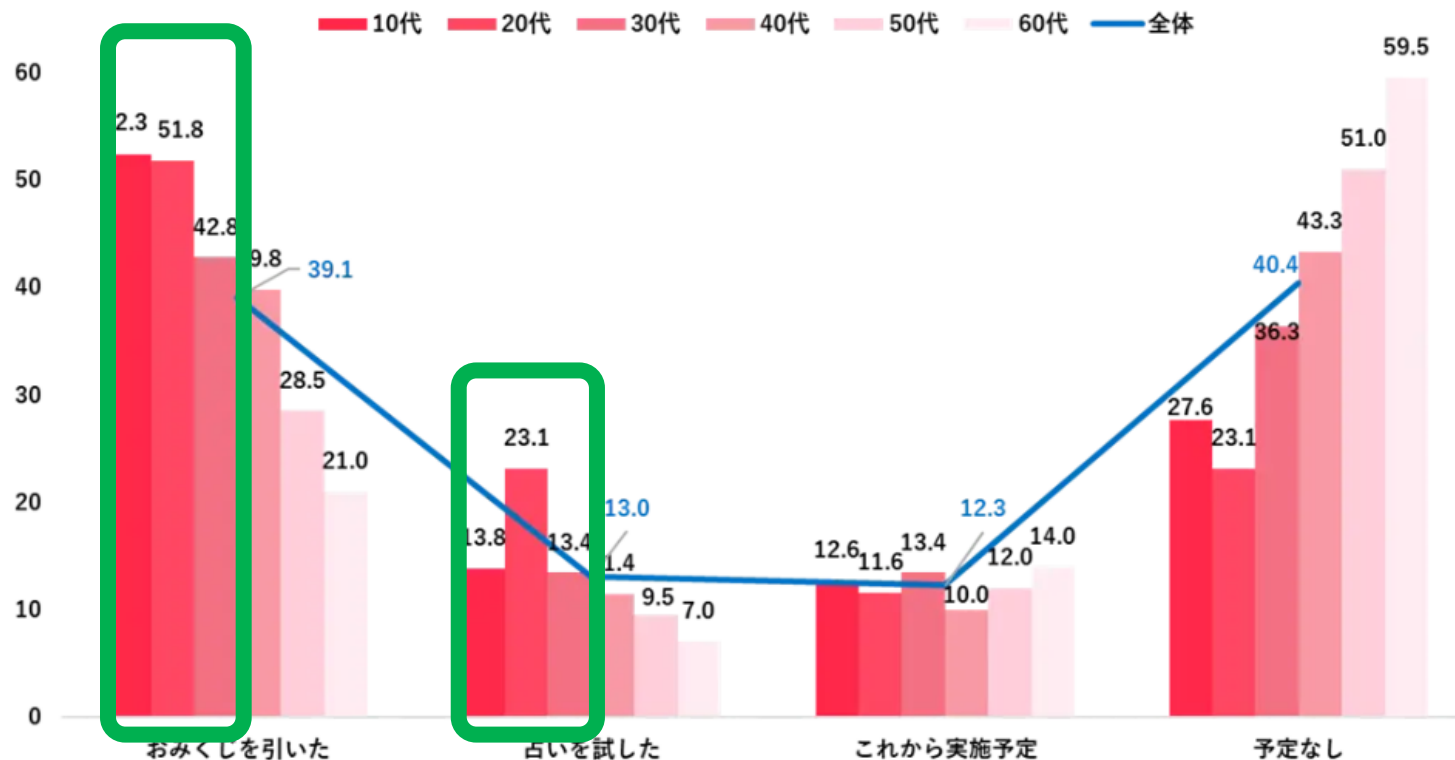
- 御岩神社の神秘性を謎解きの舞台に取り入れたい

パワースポットを取り入れる理由

●若者世代は他の世代より、おみくじや占いを利用する

▼今年の運勢占いまたは神社や寺院でのおみくじ利用率 ※複数回答、「予定なし」のみ単一回答 (%)

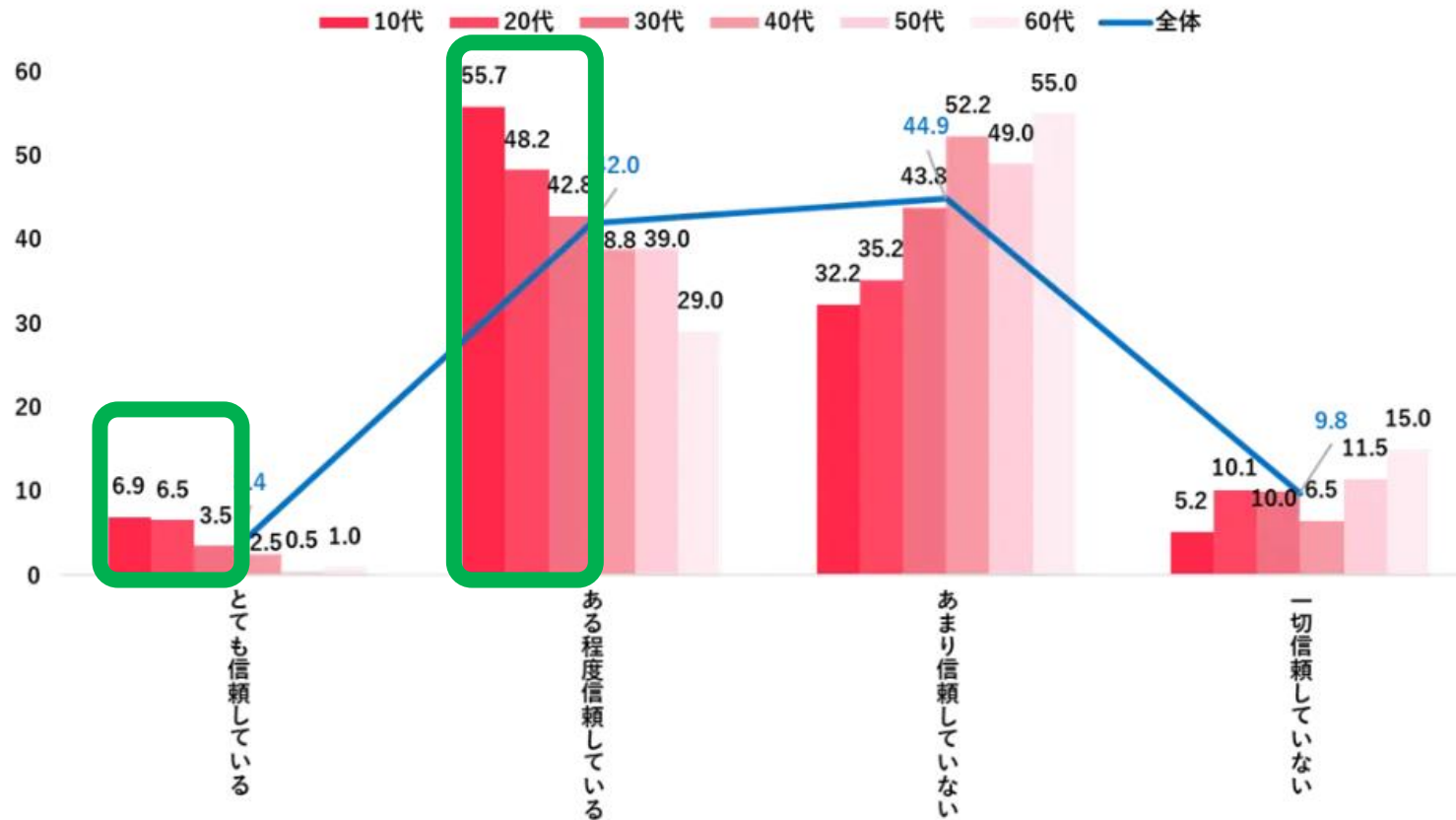
(n=1,175)



パワースポットを取り入れる理由

- 若者世代は他の世代より、おみくじや占いを信じる

▼ 占いやおみくじの信頼度 (%) (n=1,175)

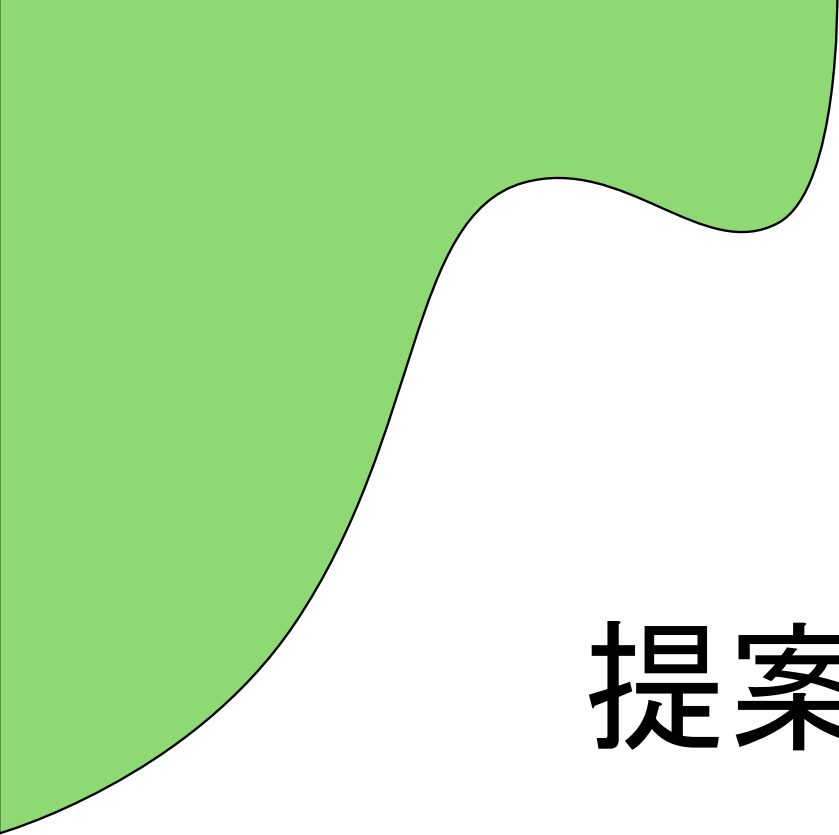


きららの里に着目した理由

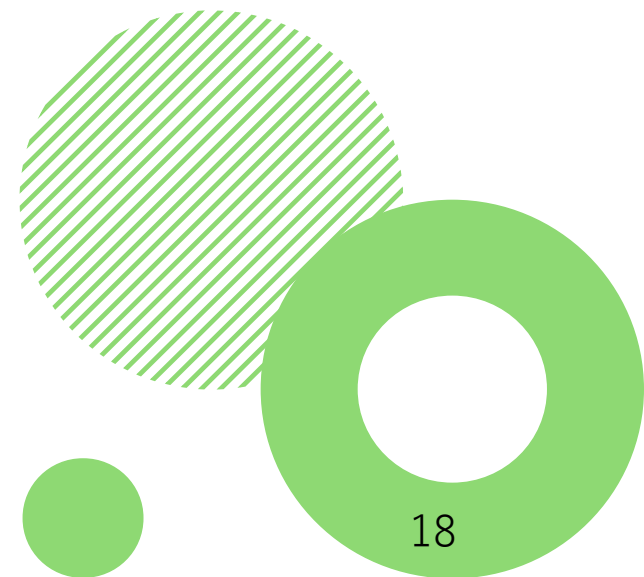
- 御岩神社とのアクセスの良さを活かした組合せの提案を考えた
- 入込状況はコロナ禍前に回復していないので、まだ伸び代がある

市内主要施設の入込状況（年度別、単位：千人）

項目	H30	R元	R2	R3	R4
かみね公園	532	549	334	400	560
<u>奥日立きららの里</u>	65	65	40	43	52
日立シビックセンター（科学館、天球劇場）	115	138	6※	83	136
伊師浜国民休養地	213	182	102	127	153
久慈サンピア日立	86	80	0※	0※	34
道の駅日立おさかなセンター	665	607	350	338	430



提案するコンテンツ



コンセプト



「日立の謎と失われた神の食卓」

かつて御岩神社には、

“神々が食した秘宝の食卓”が存在した。
しかし、そのレシピは時を超えて失われ、
謎に包まれてしまった。

今、美食家であるあなたは古文書を手がかりに、
この幻の食卓を復活させるための謎に挑む。

御岩神社の神秘を解き明かし、
失われた食の秘密を取り戻せ！

ツアー概要

- 主 催 日立市役所
- 開催期間 5月、8月、10月、12月
- 移動手段 自家用車想定
※12月は路面凍結などを考慮し単発のバスツアー
- 所要時間 3～4時間
- 参加要領 LINEで送られてくる謎を解きながら決められたルートを巡る。最後に謎解きでゲットしたアイテムで「神の食卓」としてBBQを楽しむ
- 料 金 3,500円（1人当たり）
内訳：キット代（500円）、きららの里入園料（320円）
BBQ代（2,180円）、絵馬代（500円）

※日立市学生プロジェクト試行版

願
い
が
叶
う
…
?!
あ
な
た
の

日立市謎解きグルメイベント

日立の謎と 失われた神の食卓

日時 20XX.8月1日()～31日()

販売
場所 ヒタチエ1階日立駅前出張所
「幸(さいわい)ステーション」

主催 日立市役所 協賛 茨城キリスト教大学

※本イベントは、LINEが必要になります

これは、あなたが実際に日立市を巡り謎を解く、体験型イベントです。



——ようこそ、願いが叶う神社へ。

——かつて御岩神社には、“神々が食した秘室の食卓”が存在した。しかしそのレシピは永い時の中で失われ、謎に包まれてしまった。そして現代、あなたはその秘室の食卓についての謎が書かれた古文書を手に入れる。

美食家であるあなたは、
幻の食卓を復活させるための謎に挑む。
日立市に散らばった謎を解き明かし、失われた食の秘密を取り戻すことはできるだろうか。

※このストーリーはフィクションです

イベント詳細

QR



茨城県日立市幸町1丁目16-1
TEL:050-1807-3772
(※受付時間10:00～18:00(年中無休※施設
休館日を除く))

開催期間 20XX.8月1日()～31日()

開催場所 日立市内

料金 3500円(税込)

所要時間 3時間～4時間(移動時間含む)

キット購入場所 ヒタチエ1階日立駅前出張所
「幸(さいわい)ステーション」

営業時間 ①10:30～13:00.②14:00～19:00

本イベントは？

実際に日立市内を巡り、特産品に絡んだ謎を解くことで、日立市の食文化や歴史を体験できる謎解きゲームイベントです！物語を見届けると、最後にきららの里で、道中で知った特産品のBBQも楽しめる…！

謎解きゲームって何？

出題された様々な謎や問題を解き、目的達成や定められたストーリーのクリアを目指す体験型ゲームです。

謎を解くために特別な知識などは必要ない、
必要なのはあなたのひらめき！

アクセス

きららの里開園時間

9:00～17:00

休園日

毎週水曜日(8月は無休)

※臨時営業・休業日については
WEBサイトをご覧ください

駐車場

340台

想定ルート

ヒタチエ



ぶらっとひたち



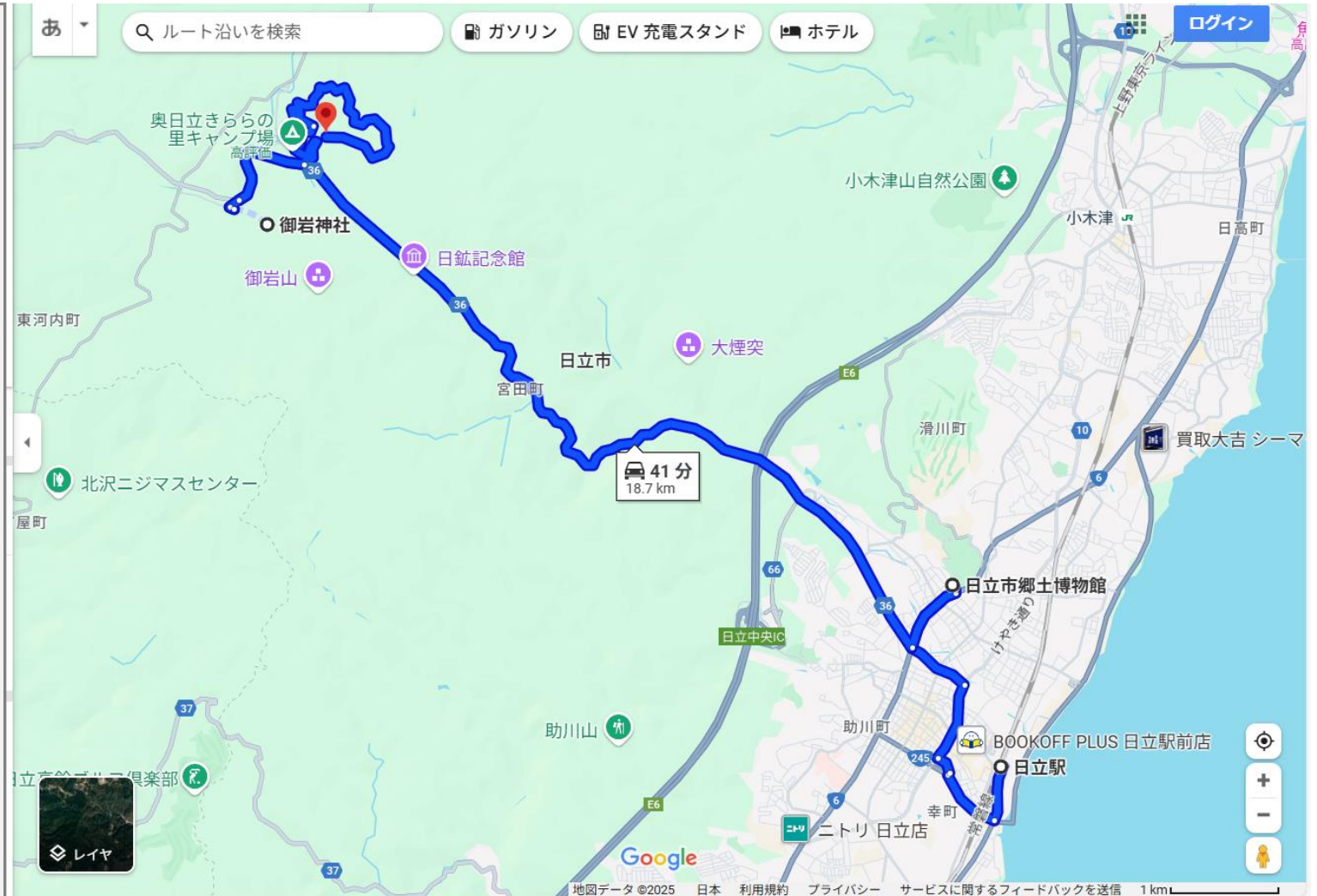
日立郷土博物館



御岩神社



きららの里



想定ルート

- 集合場所：ヒタチエ 1F「幸（さいわい）ステーション」

＜体験すること＞

- 謎解きのキット入手
チラシに掲載されたQRコードを読み取り
LINE登録
（LINEに注意事項、ストーリー、謎、
回答が送られる）
- 謎解きのヒントを館内で探す





日立の海の恵みであり、数多の
命の源となる。
太陽の光を浴びると、姿を変えて
なお輝く。
それは白き糸のような宝である。
これは何か？



しらす





常陸乃国しらす



原木シイタケ





神の試練を超えし者よ…

古き記録に記されし「しらす」
を手に入れた。

➡ 次の目的地：ぶらっとひたち
へ進め！



想定ルート

●第1スポット：ぷらっとひたち

＜体験すること＞

- 日立市の特産品を眺める
- 「謎解きのヒントとなることがあるかも」と誘導



想定ルート

●第2スポット 日立郷土博物館

<体験すること>

- 郷土の歴史や文化を学びながら謎解きを展開
- 日立の伝統食文化にまつわるヒントを館内で発見

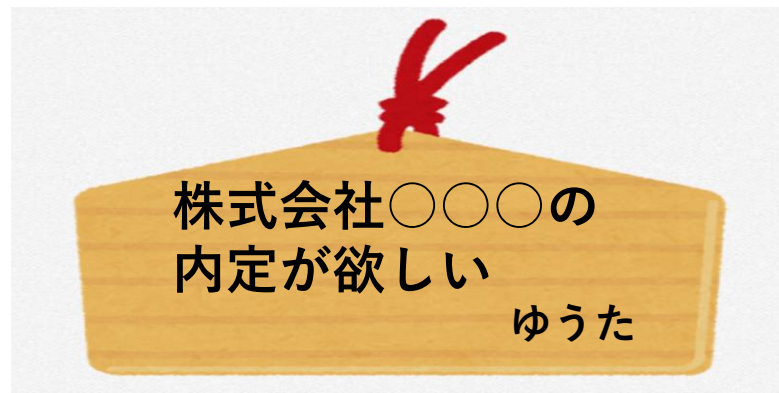


想定ルート

●第3スポット：御岩神社

＜体験すること＞

- ここで「神の食卓」についての重要な謎を解く
- 願いが叶う絵馬を作成
- 映えスポットで撮影





茂宮カボチャ



常陸の輝き



御神酒



神のしずく



常陸乃国しらす



ポポー



原木シイタケ



神の塩

想定ルート

●最終スポット：きららの里

<体験すること>

- 「神の食卓」（BBQ）を食す
- 日立の自然を感じながら、神の恵みの食材を楽しむ
- 食の大切さと自然とのつながりを感じる





祝福の時が来た…！
そなたはすべての神秘の食材を集め、
伝説の食卓を復活させる資格を得た。
「神の宴」が今、始まる！

さあ、神の食卓にふさわしき者として、
この聖なる宴を楽しむがよい！

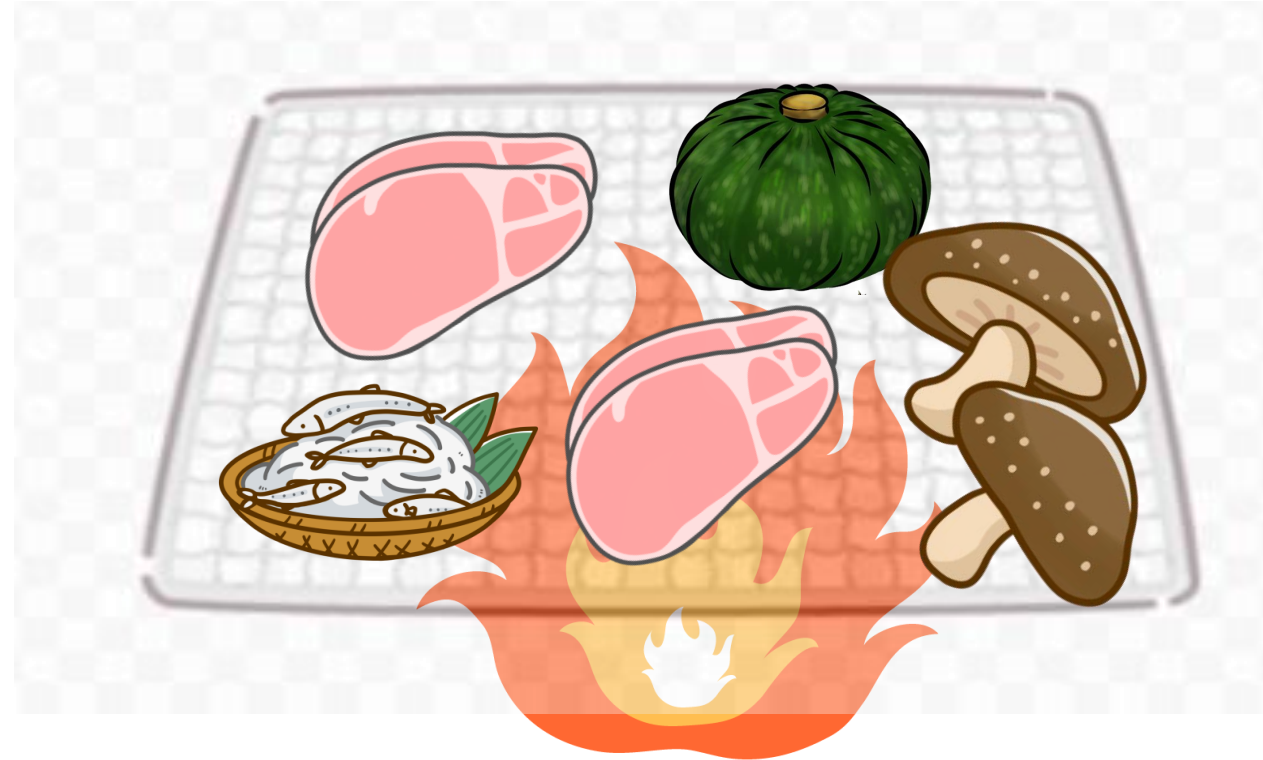


食材として使用する特産品およびメニュー

・8月メニュー BBQ

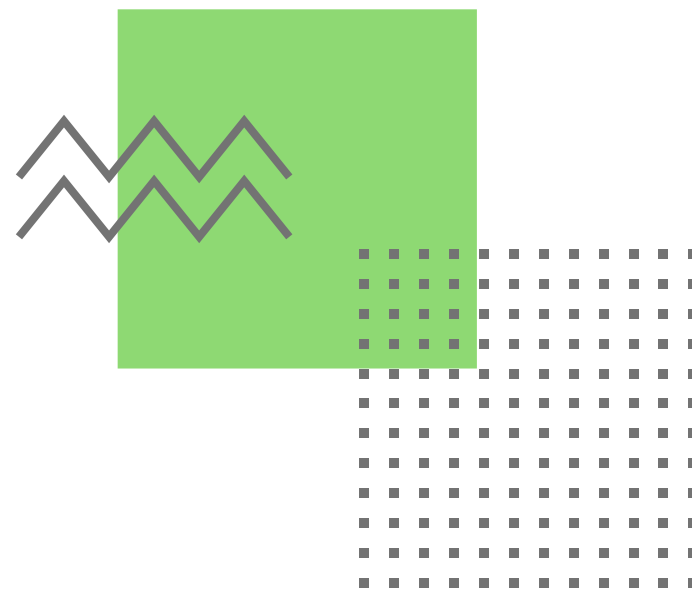
＜使用する食材＞

- 常陸牛（牛肉） or 常陸の輝き（豚肉）
- 茂宮白菜 茂宮かぼちゃ 玉ねぎ 人参
- しらす丼 or やきそば
- ポポーアイス





プロモーション

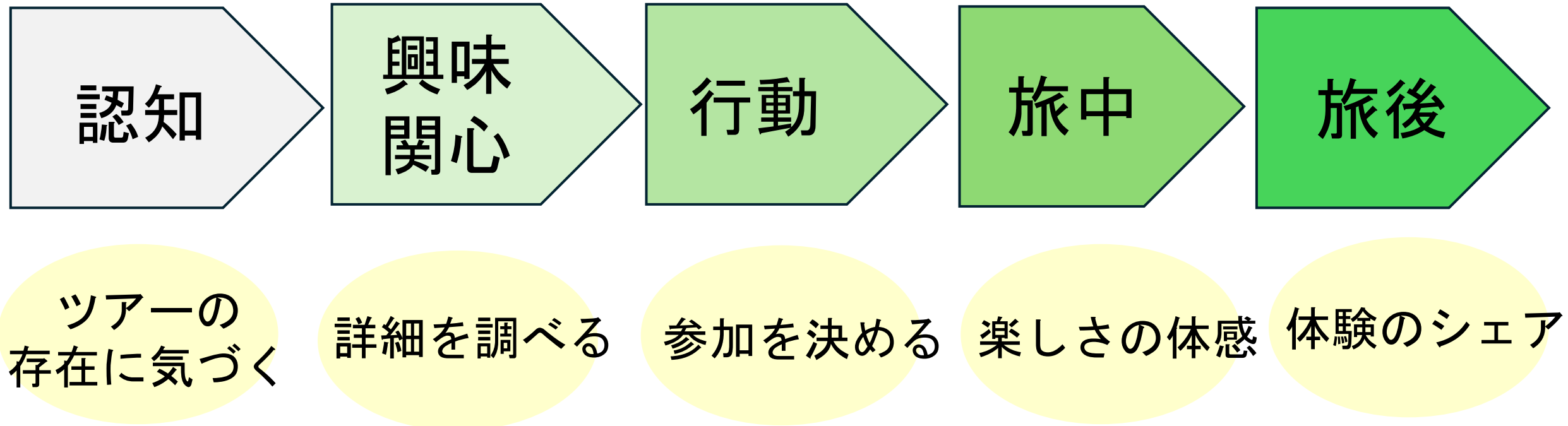


カスタマージャーニーによる検討

- カスタマージャーニーとは

- 「顧客の旅路」・・・お客様が製品・サービスと出会い、そこから購入・契約に至るまでの道筋のこと

- カスタマージャーニーマップ



カスタマージャーニーによる検討

● 「認知」の段階

- 目標： ツーリズムの存在を知ってもらう
- タッチポイント： SNS
- 施策
 - ✓ 仲間作り： 茨城キリスト教大学、茨城大学、協力高校等
「日立市SNSプロモーター」登録制度を開始する
 - ✓ 試行的に体験者を増やし、SNSで発信してもらう
 - ✓ ハッシュタグキャンペーン
 - ✓ インフルエンサーとのコラボ

カスタマージャーニーによる検討

●「興味・関心」の段階

- 目標: ツーリズムの詳細情報を調べてもらう
- タッチポイント: オフィシャルウェブサイト
LINE公式アカウント
SNS（体験者の投稿やタグ）
- 施策
 - ✓ オフィシャルウェブサイトおよびLINE公式アカウントの開設
 - ✓ SNSで口コミや体験談など参加した人の「リアルな声」を発信してもらう

カスタマージャーニーによる検討

●「行動」の段階

- 目標: ツアーへの参加を決めてもらう
- タッチポイント: オフィシャルウェブサイト（予約ページ）
LINE公式アカウント（予約ページ）
SNS（体験者の投稿）
- 施策
 - ✓LINEで簡単に予約できるようにする
 - ✓割引や特典を用意（学生割引、グループ割引など）

カスタマージャーニーによる検討

●「旅中」の段階

- 目標： ツアーに参加して、楽しさや魅力を体感してもらう
- タッチポイント： ツアー中のLINE通知
ツアー途中でのリアルタイム体験
(謎解き、アイテムゲット)
バーベキューと儀式の体験
- 施策
 - ✓LINEによるメッセージでストーリーに引き込む
 - ✓各スポットに「インスタスポット」の用意
 - ✓「神秘的な儀式」としてBBQの提供。食べ物の大切さや自然とのつながりを感じられる演出

カスタマージャーニーによる検討

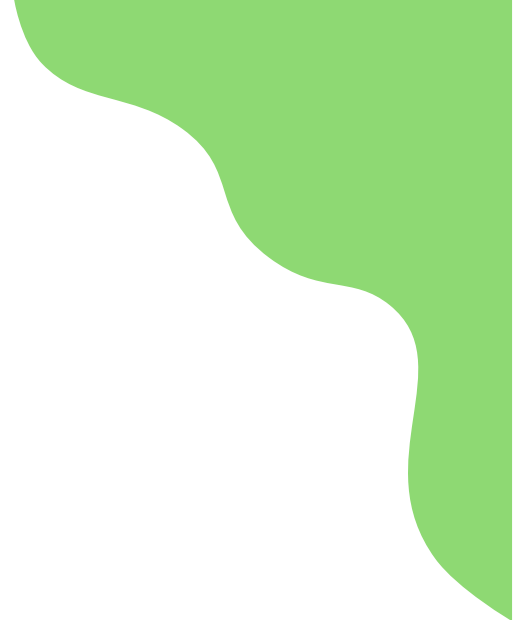
● 「旅後」の段階

- 目標： 体験をシェアしてもらい、リピーターを増やす
- タッチポイント： SNS（体験者の投稿やシェア）
LINE（体験後の特典、次回案内など）
- 施策
 - ✓ ツアー終了後にSNSやLINEで体験のシェアを促進するためのインセンティブの用意
 - ✓ 写真付き投稿、動画などリアルな体験のシェアを促す

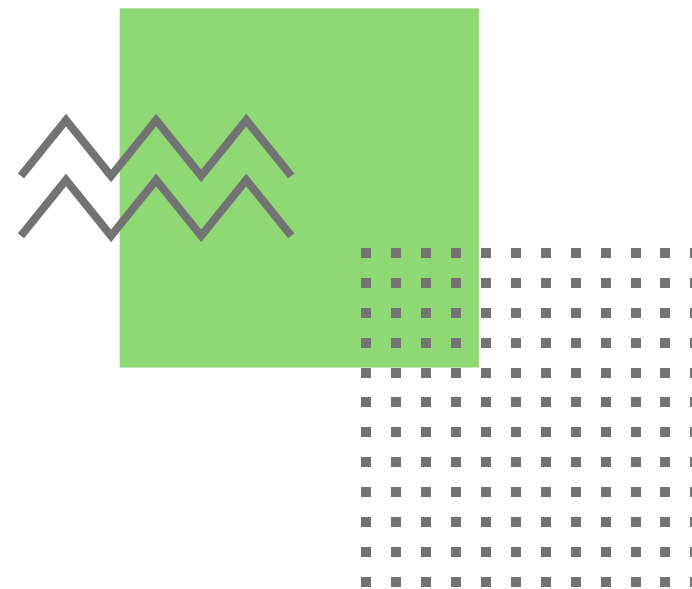
カスタマージャーニーによる検討

●リピート率を高めるために

- 目標: **リピーターを獲得し、継続的な参加を促進する**
- タッチポイント: SNS（友達紹介キャンペーン）
LINE（次回ツアーの案内、限定特典）
- 施策
 - ✓コンテンツの更新と告知
 - ✓特別イベントや限定ツアーの企画



本プロジェクトの目標値



段階的ターゲティング

✓ 初年度（ローカル：県北地域）

- ・地元メディアや市の広報を活用し、地域の認知度を上げる
- ・口コミやリピーターを重視し、まずは参加者の満足度を高める
- ・試験運用をしながら、ツアーのブラッシュアップをする

✓ 2年度目（茨城県内）

- ・SNS広告やPR記事を活用し、県外からの関心を高める
- ・茨城県全域の若者をターゲットにする
- ・メディア露出（テレビ・観光サイト）を増やし、県内観光名所の一つとして定着させる

✓ 3年度目（関東圏）

- ・関東圏向けのプロモーションを本格化させる
- ・旅行会社や観光サイトと連携し、「日立の新しい観光コンテンツ」として売り出す
- ・外国人観光客の流入も意識し、多言語対応や訪日観光客向けプランを検討する

初年度（ローカル：県北地域）

	人数	割合	開催日	1日平均
県北地域20～30代人口	49,636	100.0%		
うち本イベントに興味を持つ人	993	2.0%		
うち参加を決める人	199	20.0%		
5月参加	68	34.1%	27	3
8月参加	57	28.9%	31	2
10月参加	51	25.8%	26	2
12月参加（特別イベント）	22	11.2%	1	22

出所：茨城県（2025）「茨城県の年齢別人口（茨城県常住人口調査結果）」

2 年目（茨城県内）

	人数	割合	開催日	1 日平均
茨城県20～30代人口	536, 593	100. 0%		
うち本イベントに興味を持つ人	10, 732	2. 0%		
うち参加を決める人	2, 146	20. 0%		
5月参加	751	35. 0%	27	28
8月参加	751	35. 0%	31	24
10月参加	537	25. 0%	26	21
12月参加（特別イベント）	107	5. 0%	1	107

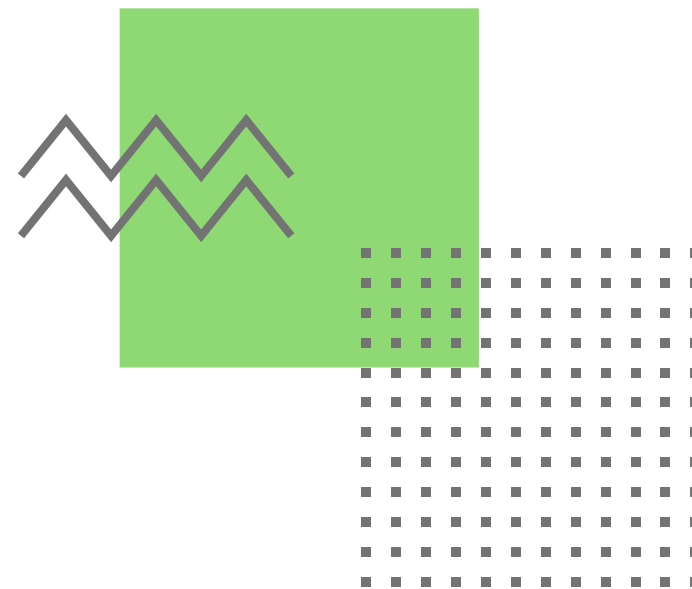
3 年目（関東圏）

	人数	割合	開催日	1 日平均
関東圏20～30代人口	10, 286, 000	100. 0%		
うち本イベントに興味を持つ人	51, 430	0. 5%		
うち参加を決める人	5, 143	10. 0%		
5月参加	1, 800	35. 0%	27	67
8月参加	1, 934	37. 6%	31	62
10月参加	1, 286	25. 0%	26	49
12月参加（特別イベント）	123	2. 4%	1	123

出所:総務省(2020)「人口推計 各年10月1日現在人口 令和2年国勢調査基準 統計表010 都道府県, 年齢(5歳階級), 男女別人口ー総人口, 日本人人口 | 統計表・グラフ表示 | 政府統計の総合窓口」



まとめと今後の課題



まとめ



- ガストロノミーは日立市での取り組みが少ない
→ **新たな可能性を発見できる**
- 若者が好む「ストーリー性のある体験」と「食」が融合している
→ **体験型でSNS映えが期待できる**
- 御岩神社の神秘性を活かせる
→ **「御利益がある」とアピールできる**

今後の課題



□コンテンツのアップデート

- 謎のバリエーション（レベル設定、季節ごとの設定など）
- ルートのバリエーション
- 季節ごとのイベントとの連携

□SNSによる拡散方法の検討

- 仲間作り
- インフルエンサーとのコラボ
- 口コミの拡散のインセンティブ設計

参考文献

- 茨城県「茨城県の年齢別人口（茨城県常住人口調査結果）」2025
<https://www.pref.ibaraki.jp/kikaku/tokei/fukyu/tokei/betsu/jinko/nenrei/index.html>
- 国土交通省観光庁「ガストロノミーツーリズムの推進」2024
https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/inbound_kaifuku/shohikakudai/shokuzai/gastronomy.html
- 国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所「ガストロノミーツーリズムの重要性とUNWTO の取り組み」2021
https://unwto-ap.org/wp-content/uploads/2021/12/20211204_UNWTO-RSOAPGastronomy.pdf
- 十王町観光協会「御岩神社」
<https://www.juuoumachi-kankoukyoukai.com/p/33/>
- 総務省「人口推計 各年10月1日現在人口 令和2年国勢調査基準 統計表010 都道府県，年齢（5歳階級），男女別人口－総人口，日本人人口 | 統計表・グラフ表示 | 政府統計の総合窓口」2020
<https://www.e-stat.go.jp/dbview?sid=0003448237>
- 日立市 2024年「第4次日立市観光物産振興計画」
https://www.city.hitachi.lg.jp/_res/projects/default_project/_page/_001/012/033/kankoukeikaku.pdf

参考文献

- ロイヤリティマーケティング「占いやパワースポットに関する調査」 2024
<https://biz.loyalty.co.jp/report/108/>
- Discover Japan「県北地域の食の魅力を再発見。「茨城県北ガストロノミーフェア」開催」 2021
<https://discover-japan-web.com/article/53046>
- IGDA日本体験型エンターテインメント専門部会「体験型エンターテインメントの現在と未来2024」 2024
<https://arg.igda.jp/2024/02/2024.html>
- インタビュー協力
日立市役所 観光物産課 篠原様
茨城キリスト教大学経営学部教授 （澤端先生、米岡先生、佐藤先生）



ご清聴ありがとうございました